

**Meningkatkan Keputusan Pembelian dengan Kualitas Produk,  
Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Citra Merek pada Pengguna  
Tas Ransel Polo Classic di Semarang**

**RIZKI AMALIA**

(Pembimbing : Dr. Agus Prayitno, )

*Manajemen - S1, FEB, Universitas Dian Nuswantoro*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 211201302925@mhs.dinus.ac.id*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga, kualitas pelayanan dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada pengguna tas ransel merek Polo Classic di Semarang. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan tas ransel Polo Classic di Semarang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan jumlah uji 100 konsumen. Kriteria sampel adalah konsumen yang sudah bertransaksi di counter Semarang lebih dari 2 kali. Analisis yang digunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, persepsi harga, kualitas pelayanan dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tas ransel merek Polo Classic di Semarang. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh dominan.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Keputusan Pembelian

**Improving Purchasing Decisions with Product Quality, Price Perception, Service Quality and Brand Image on the Customer of Polo Classic Backpack in Semarang**

**RIZKI AMALIA**

(Lecturer : Dr. Agus Prayitno, )

*Bachelor of Management - S1, Faculty of Economy & Business, DINUS University*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 211201302925@mhs.dinus.ac.id*

**ABSTRACT**

The purpose of this research to examine and analyze product quality, price perception, service quality and brand image toward purchasing decisions on the customer of brand Polo Classic backpack in Semarang. The type of this research is quantitative descriptive. The population in this research are costumer who use Polo Classic backpacks in Semarang. The sampling technique used is purposive sampling with the sample number of test are 100 customers. The sample criteria are the customer who have been transacted in Semarang counter more than twice. Data analytical model used is multiple linear regression. The results of this research showed that product quality, price perception, service quality and brand image have a positive and significant effect on purchasing decisions of brand Polo Classic backpack in Semarang. Service quality has a dominant effect of all.

**Keyword** : Product Quality, Price Perception, Service Quality, Brand Image, Purchasing Decision